

## Διανοητική ιδιοκτησία και νεολαία Πίνακας αποτελεσμάτων 2022



## Πρόλογος

Διανοητική ιδιοκτησία και νεολαία 2022 — Πίνακας αποτελεσμάτων

Η παρούσα τρίτη έκδοση του πίνακα αποτελεσμάτων για τη διανοητική ιδιοκτησία και τη νεολαία παρέχει μια ευπρόσδεκτη ενημέρωση σχετικά με τις συμπεριφορές των νέων ηλικίας 15 έως 24 ετών στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσον αφορά την παραβίαση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Ο πίνακας διερευνά σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο τους παράγοντες που ωθούν τους νέους να αγοράζουν προϊόντα παραποίησης/απομίμησης ή να αποκτούν πρόσβαση σε ψηφιακό περιεχόμενο από παράνομες πηγές, επισημαίνοντας επίσης τα στοιχεία που θα μπορούσαν να αποτρέψουν τη νεότερη γενιά από την υιοθέτηση συμπεριφορών παραβίασης.

Η έρευνα του 2022 επιβεβαιώνει σε μεγάλο βαθμό τις τάσεις που διαπιστώθηκαν στις προηγούμενες εκδόσεις του 2016 και του 2019, αλλά παρέχει πιο διεξοδικές πληροφορίες σχετικά με τις αντιλήψεις και τη στάση των νέων σε μια εποχή κατά την οποία το διαδικτυακό εμπόριο και η ψηφιακή κατανάλωση έχουν αυξηθεί σημαντικά, επηρεάζοντας τις καταναλωτικές συμπεριφορές.

Η τάση πρόσβασης σε ψηφιακό περιεχόμενο από νόμιμες πηγές επιβεβαιώνεται σαφώς από το ότι οι πιο πολλοί νέοι —περισσότεροι σε σχέση με το παρελθόν— δηλώνουν την προτίμησή τους για νόμιμες εναλλακτικές λύσεις αντί του πειρατικού περιεχομένου.

Ωστόσο, το 21 % όσων απάντησαν εξακολουθούν να παραδέχονται ότι απέκτησαν εσκεμμένα κατά τους τελευταίους 12 μήνες πρόσβαση σε πειρατικό περιεχόμενο, ιδίως κινηματογραφικές ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, μουσική και ζωντανές αθλητικές εκδηλώσεις, μέσω ειδικών εξυπηρετητών, εφαρμογών και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το ένα τρίτο των νεαρών καταναλωτών δυσκολεύεται ή πιο συχνά δεν ενδιαφέρεται να διακρίνει το ψηφιακό νόμιμο περιεχόμενο από το πειρατικό περιεχόμενο.

Από την άλλη πλευρά, η εσκεμμένη αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης αυξήθηκε, με το 37 % των νέων να επιβεβαιώνουν ότι αγόρασαν τουλάχιστον ένα προϊόν απομίμησης τους τελευταίους 12 μήνες (14 % το 2019).

Η τάση αυτή είναι ανησυχητική, ακόμη και αν υπάρχει το ενδεχόμενο κάποιες μεθοδολογικές βελτιώσεις να παρέχουν ακριβέστερη εικόνα σε σύγκριση με προηγούμενες εκδόσεις του πίνακα αποτελεσμάτων.

Παρόμοιο ήταν το ποσοστό των νέων που αγόρασαν κατά λάθος προϊόντα απομίμησης και παραδέχονται ότι δυσκολεύονται να διακρίνουν τα αυθεντικά προϊόντα από τα προϊόντα παραποίησης/απομίμησης.

Παρότι όσοι απάντησαν εξακολουθούν να θεωρούν την τιμή βασική παράμετρο που ενθαρρύνει την πειρατεία ή την παραποίηση/απομίμηση, η σημασία των κοινωνικών επιρροών, όπως οι συμπεριφορές συγγενών, φίλων και του περίγυρού τους, κερδίζει σημαντικό έδαφος.

Εξετάζοντας τους παράγοντες που θα μπορούσαν να τους κάνουν να το ξανασκεφτούν και να σταματήσουν την παραβίαση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, οι νέοι που συμμετείχαν στην έρευνα αναφέρουν πλέον περισσότερο τους προσωπικούς κινδύνους της

απειλής ή της απάτης στον κυβερνοχώρο, καθώς και την καλύτερη κατανόηση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον ή την κοινωνία.

Αυτή η νέα ανάλυση αναμένεται να αποτελέσει ένα πολύτιμο και αξιοποιήσιμο εργαλείο που θα βοηθήσει τα ενδιαφερόμενα μέρη, τους φορείς χάραξης πολιτικής, καθώς και τους εκπαιδευτικούς και τις οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών να διαμορφώσουν πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης που θα στηρίξουν τους νεαρούς πολίτες και καταναλωτές ώστε να κάνουν επιλογές αφού πρώτα έχουν ενημερωθεί.

Christian Archambeau  
Executive Director  
EUIPO



# Συνοπτική παρουσίαση

Διανοητική ιδιοκτησία και νεολαία 2022 — Πίνακας αποτελεσμάτων

## ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΟΡΙΣΜΑΤΩΝ

Η παρούσα μελέτη του 2022 αποτελεί συνέχεια της πρώτης και της δεύτερης έκδοσης του πίνακα αποτελεσμάτων για τη διανοητική ιδιοκτησία και τη νεολαία, οι οποίες δημοσιεύθηκαν το 2016 και το 2019. Ο συγκεκριμένος στόχος της αρχικής έρευνας ήταν να κατανοήσει ποιες κινητήριες δυνάμεις και φραγμοί υπερισχύουν κατά την απόκτηση διαδικτυακού ψηφιακού περιεχομένου ή την αγορά υλικών αγαθών που προσφέρονται τόσο διά της νόμιμης όσο και της παράνομης οδού. Η μελέτη του 2022 βασίστηκε σε μια πιο σύντομη και αναθεωρημένη έκδοση του ερωτηματολογίου της έρευνας του 2019. Στόχος της ήταν τόσο η αξιολόγηση των αλλαγών στις στάσεις και τις συμπεριφορές μετά τη μελέτη του 2019 όσο και η απόκτηση νέων και βελτιωμένων πληροφοριών που θα μπορούσαν να τροφοδοτήσουν άμεσα τις κατάλληλες αντιδράσεις σε επίπεδο πολιτικής. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 22 021 συνολικά νέους (ηλικίας 15-24 ετών) στα 27 κράτη μέλη της ΕΕ, από τις 7 έως τις 28 Φεβρουαρίου 2022. Η παρούσα έκθεση παρέχει μια λεπτομερή επισκόπηση των πορισμάτων, συμπεριλαμβανομένων, όταν είναι εφικτό από μεθοδολογική άποψη, συγκρίσεων με τα αποτελέσματα που ελήφθησαν το 2019 και το 2016.

Η πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές και η αγορά υλικών αγαθών παραποίησης/απομίμησης στο διαδίκτυο εξακολουθούν να αποτελούν κοινές πρακτικές μεταξύ των νέων.

Το ένα τρίτο (33 %) όσων απάντησαν είχαν χρησιμοποιήσει, παίξει, τηλεφορτώσει ή παρακολουθήσει σε συνεχή ροή περιεχόμενο από παράνομες πηγές κατά τους τελευταίους 12 μήνες. Στο ποσοστό αυτό συμπεριλαμβάνεται ένα 21 % ατόμων που προέβησαν σε αυτές τις πράξεις εσκεμμένα και ένα 12 % ατόμων που προέβησαν σε αυτές τις πράξεις χωρίς πρόθεση. Ενώ τα αποτελέσματα αυτά συμβαδίζουν σε μεγάλο βαθμό με τα αποτελέσματα του 2019, σημειώθηκε επίσης αύξηση δέκα ποσοστιαίων μονάδων στο ποσοστό των νέων που δηλώνουν ότι δεν έχουν αποκτήσει πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές (από 50 % σε 60 %). Η αύξηση αυτή συμφωνεί με τα ευρήματα από την ευρύτερη πρόσφατη βιβλιογραφία.

Όσον αφορά την παραποίηση/απομίμηση, λίγο περισσότερο από το ήμισυ (52 %) των νέων που συμμετείχαν στην έρευνα αγόρασαν τουλάχιστον ένα προϊόν απομίμησης στο διαδίκτυο κατά τους τελευταίους 12 μήνες. Συνολικά ποσοστό 37 % είχε αγοράσει κάποιο προϊόν απομίμησης εσκεμμένα και το ίδιο ποσοστό είχε πράξει κάτι τέτοιο χωρίς πρόθεση (όσοι απάντησαν ενδέχεται να αγόρασαν τόσο εσκεμμένα όσο και χωρίς πρόθεση συγκεκριμένο είδος προϊόντος παραποίησης/απομίμησης κάποια στιγμή κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών). Παρότι τα αποτελέσματα της ερώτησης αυτής δεν είναι άμεσα συγκρίσιμα με τα αποτελέσματα των προηγούμενων εκδόσεων της έρευνας, επισημαίνουν μια αξιοσημείωτη αύξηση στις αγορές προϊόντων παραποίησης/απομίμησης μετά το 2019, με το 14 % όσων απάντησαν να δηλώνουν ότι αγόρασαν τα εν λόγω προϊόντα εσκεμμένα και το 12 % να

δηλώνουν ότι έπραξαν κάτι τέτοιο χωρίς να έχουν πρόθεση. Η αλλαγή αυτή είναι πιθανόν να αντικατοπτρίζει τόσο την ευρέως καταγεγραμμένη αύξηση των διαδικτυακών αγορών κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 όσο και τις βελτιώσεις που επήλθαν στην ερώτηση για τον πίνακα αποτελεσμάτων του 2022 (περιγράφονται αναλυτικά στην ενότητα 1.3 παρακάτω). Τα συγκεκριμένα είδη προϊόντων παραποίησης/απομίμησης που αγοράστηκαν συχνότερα κατά τους τελευταίους 12 μήνες από όσους απάντησαν ήταν ενδύματα και εξαρτήματα ένδυσης (17 %), ακολουθούμενα από υποδήματα (14 %).

---

Το κόστος παραμένει ο σημαντικότερος παράγοντας που ενθαρρύνει την παράνομη πρόσβαση σε ψηφιακό περιεχόμενο, καθώς και την αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης, αλλά και άλλοι παράγοντες κερδίζουν έδαφος, ιδίως οι κοινωνικές επιρροές.

---

Σύμφωνα με τα πορίσματα του 2019, το χαμηλότερο κόστος και η μεγαλύτερη ποικιλία επιλογών παρέμειναν οι βασικοί λόγοι που επικαλέστηκαν όσοι απάντησαν σχετικά με την εσκεμμένη πρόσβασή τους σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές. Ομοίως, η οικονομική προσιτότητα του προϊόντος ήταν ο κύριος παράγοντας που ενθάρρυνε την εσκεμμένη αγορά υλικών αγαθών παραποίησης/απομίμησης το 2022, ακολουθούμενη από μια στάση αδιαφορίας σχετικά με το αν το προϊόν ήταν απομίμηση, την πεποίθηση ότι δεν υπήρχε διαφορά μεταξύ αυθεντικών προϊόντων και προϊόντων παραποίησης/απομίμησης και την ευκολία εύρεσης ή παραγγελίας προϊόντων παραποίησης/απομίμησης στο διαδίκτυο (18 %). Ταυτόχρονα, τόσο όσον αφορά την πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές όσο και την αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης, σημειώθηκε αύξηση (κατά 5 και 6 ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα) στο ποσοστό όσων απάντησαν ότι «φίλοι ή άλλα άτομα που γνωρίζω κάνουν κάτι τέτοιο», η οποία καταδεικνύει την αυξημένη σημασία των κοινωνικών επιρροών.

---

Οι εξειδικευμένοι ιστότοποι ήταν ο δημοφιλέστερος τρόπος παράνομης πρόσβασης στα περισσότερα είδη ψηφιακού περιεχομένου.

---

Από μια νέα ερώτηση που προστέθηκε στην έρευνα του 2022 προέκυψε ότι, όσον αφορά τα περισσότερα είδη περιεχομένου από παράνομες πηγές, οι εξειδικευμένοι ιστότοποι ήταν ο δημοφιλέστερος δίαυλος πρόσβασης, ιδίως σε ταινίες (63 %) και τηλεοπτικές σειρές (59 %). Ο δημοφιλέστερος δίαυλος πρόσβασης σε πειρατικό περιεχόμενο ήταν οι εφαρμογές (39 %), όσον αφορά τη μουσική, και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (36 %) όσον αφορά τις φωτογραφίες.

---

Η διαθεσιμότητα οικονομικά πιο προσιτών αυθεντικών προϊόντων/περιεχομένου μέσω νόμιμων πηγών, σε συνδυασμό με τους κινδύνους τιμωρίας, εξακολουθούν να συμπεριλαμβάνονται μεταξύ των βασικών παραγόντων που θα μπορούσαν να κάνουν τους νέους να εγκαταλείψουν τις παράνομες εναλλακτικές λύσεις. Ταυτόχρονα, κάποιες νέες επιλογές απάντησης που προστέθηκαν στην έρευνα του 2022 υποδεικνύουν άλλους παράγοντες που θα μπορούσαν να τους ωθήσουν να αλλάξουν τη συμπεριφορά τους.

---

Περίπου οι μισοί από αυτούς που δήλωσαν ότι είχαν αποκτήσει πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές υποστήριξαν ότι θα σταματούσαν αυτήν την πρακτική αν

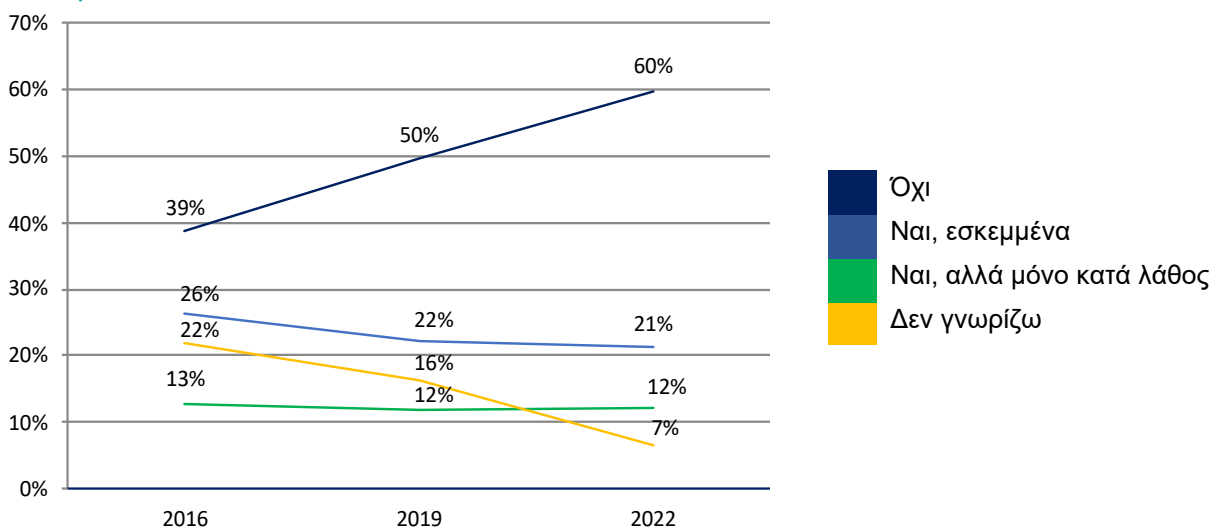
αντιμετώπιζαν απειλή στον κυβερνοχώρο (41 %) ή απάτη στον κυβερνοχώρο (40 %), ενώ το 24 % δήλωσαν ότι θα έκαναν ενδεχομένως κάτι τέτοιο αν το περιεχόμενο ήταν χαμηλής ποιότητας. Μεταξύ εκείνων που αγόρασαν προϊόντα απομίμησης, περίπου το ένα τρίτο (31 %) δήλωσαν ότι θα σταματούσαν αν το προϊόν παραποίησης/απομίμησης ήταν κακής ποιότητας και περίπου το ένα τέταρτο δήλωσαν ότι θα έκαναν κάτι τέτοιο αν αντιμετώπιζαν απάτη στον κυβερνοχώρο (23 %) ή απειλή στον κυβερνοχώρο (21 %) ή αν είχαν εμπειρία με μη ασφαλές ή επικίνδυνο προϊόν (22 %). Παρόμοιο ποσοστό δήλωσε ότι θα σταματούσε αν κατανοούσε καλύτερα τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον (19 %) ή στην κοινωνία (17 %).

## ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Το ποσοστό των νέων που έχουν αποκτήσει πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές (είτε εσκεμμένα είτε χωρίς πρόθεση) αντιστοιχεί σε 33 % και διατηρείται σταθερό από το 2019. Ταυτόχρονα, σημειώθηκε αύξηση δέκα ποσοστιαίων μονάδων στο ποσοστό εκείνων που δηλώνουν ότι δεν είχαν πρόσβαση σε κανενός είδους τέτοιο περιεχόμενο.

Σύμφωνα με τα πορίσματα της έρευνας του 2019, το ένα τρίτο (33 %) όσων απάντησαν είχαν χρησιμοποιήσει, παίξει, τηλεφορτώσει ή παρακολουθήσει σε συνεχή ροή περιεχόμενο από παράνομες πηγές κατά τους τελευταίους 12 μήνες —το 21 % εσκεμμένα και το 12 % χωρίς πρόθεση. Ενώ τα αποτελέσματα αυτά συμβαδίζουν σε μεγάλο βαθμό με τα αποτελέσματα του 2019, σημειώθηκε επίσης αύξηση δέκα ποσοστιαίων μονάδων στο ποσοστό των νέων που δηλώνουν ότι δεν έχουν αποκτήσει πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές (από 50 % σε 60 %). Η διαπίστωση αυτή συμφωνεί με την ευρύτερη βιβλιογραφία, συμπεριλαμβανομένης της μελέτης του 2020 με τίτλο «Ευρωπαίοι πολίτες και διανοητική ιδιοκτησία: αντίληψη, ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά», με βάση την οποία το ποσοστό των απαντησάντων που ανέφεραν ότι πλήρωσαν για νόμιμο ψηφιακό περιεχόμενο εμφάνισε αύξηση δεκαεπτά ποσοστιαίων μονάδων σε σύγκριση με το 2017 (από 25 % σε 42 % το 2020) (Εικόνα 1.1).

Εικόνα 1.1: Πρόσβαση σε ψηφιακό περιεχόμενο — νόμιμα ή παράνομα



---

Όπως και το 2019, λίγοι περισσότεροι από έναν στους πέντε (21 %) απαντήσαντες χρησιμοποίησαν *εσκεμμένα* παράνομες πηγές για την πρόσβαση σε περιεχόμενο.

---

Η εσκεμμένη χρήση παράνομων πηγών παρέμεινε υψηλότερη από τον μέσο όρο μεταξύ των ανδρών και των νέων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Ταυτόχρονα, η επικράτηση αυτής της συμπεριφοράς διέφερε σημαντικά από χώρα σε χώρα, με διακυμάνσεις από 29 % στο Βέλγιο έως 12 % στη Γερμανία. Τα βασικά είδη ψηφιακού περιεχομένου που αναζητήθηκαν σε παράνομες πηγές ήταν κινηματογραφικές ταινίες (61 %), τηλεοπτικές σειρές/εκπομπές (52 %) και, σε μικρότερο βαθμό, μουσική (36 %), λογισμικό (35 %), παιχνίδια (33 %), ζωντανές αθλητικές εκδηλώσεις (35 %) και ηλεκτρονικά βιβλία (32 %). Το ποσοστό των απαντησάντων που στηρίχθηκαν κυρίως σε *νόμιμες* πηγές για οποιοδήποτε από τα είδη περιεχομένου ήταν σταθερά κάτω από τον δείκτη του 60 %.

---

Όσον αφορά τα περισσότερα είδη περιεχομένου από παράνομες πηγές, οι εξειδικευμένοι ιστότοποι ήταν ο δημοφιλέστερος δίαυλος πρόσβασης στο περιεχόμενο.

---

Από μια νέα ερώτηση που προστέθηκε στην έρευνα του 2022 προέκυψε ότι, όσον αφορά τα περισσότερα είδη περιεχομένου από παράνομες πηγές, οι εξειδικευμένοι ιστότοποι ήταν ο δημοφιλέστερος δίαυλος πρόσβασης στο περιεχόμενο, ιδίως σε ταινίες (63 %) και τηλεοπτικές σειρές (59 %). Ο δημοφιλέστερος δίαυλος πρόσβασης σε πειρατικό περιεχόμενο ήταν οι εφαρμογές (39 %), όσον αφορά τη μουσική, και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (36 %) όσον αφορά τις φωτογραφίες.

Σύμφωνα με την προηγούμενη έκδοση της έρευνας, ο κύριος λόγος που επικαλέστηκαν περισσότεροι από τους μισούς (55 %) απαντήσαντες για την εσκεμμένη πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές ήταν το χαμηλότερο κόστος του περιεχομένου σε σύγκριση με το περιεχόμενο από νόμιμες πηγές, ακολουθούμενος από τον λόγο ότι το επιθυμητό περιεχόμενο ήταν διαθέσιμο μόνο μέσω παράνομων πηγών (25 %) και ότι οι πηγές αυτές προσέφεραν μεγαλύτερη ποικιλία επιλογών. Ειδικότερα, τα αποτελέσματα της έρευνας του 2022 υποδεικνύουν αύξηση του ποσοστού των απαντησάντων που ανέφεραν ότι «φίλοι ή άλλα άτομα που γνωρίζω κάνουν κάτι τέτοιο» (από 12 % σε 17 %), η οποία καταδεικνύει την αυξημένη σημασία των κοινωνικών επιρροών στη συμπεριφορά.

---

Ο κύριος παράγοντας ο οποίος, σύμφωνα με τους νέους, θα μπορούσε να τους κάνει να σταματήσουν την εσκεμμένη πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές θα ήταν η διαθεσιμότητα οικονομικά πιο προσιτού περιεχομένου από νόμιμες πηγές. Η πιθανότητα απάτης στον κυβερνοχώρο και η πιθανότητα απειλής στον κυβερνοχώρο ήταν οι επόμενοι δύο παράγοντες που αναφέρθηκαν περισσότερο ως παράμετροι που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν αποτρεπτικά.

---

Η διαθεσιμότητα οικονομικά πιο προσιτού περιεχομένου μέσω νόμιμων πηγών ήταν, σύμφωνα με τους μισούς περίπου νέους (47 %), ο βασικός παράγοντας που θα τους έκανε ενδεχομένως να σταματήσουν την εσκεμμένη πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές. Παρόμοιο ποσοστό δήλωσε ότι ενδεχομένως θα σταματούσε αν αντιμετώπιζε απειλή στον κυβερνοχώρο (41 %) ή απάτη στον κυβερνοχώρο (40 %), ενώ το 29 % δήλωσε ότι θα

έκανε πιθανόν κάτι τέτοιο εάν κινδυνεύει να τιμωρηθεί και το 24 % δήλωσε ότι θα μπορούσε να κάνει κάτι τέτοιο αν το περιεχόμενο ήταν κακής ποιότητας.

Μεταξύ των απαντησάντων που δεν γνώριζαν αν είχαν αποκτήσει πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές, οι περισσότεροι (69 %) εξακολούθησαν να δηλώνουν ότι δεν μπορούν να διακρίνουν τις νόμιμες από τις παράνομες πηγές, ενώ το 26 % δήλωσαν ότι δεν τους ενδιαφέρει αν μια πηγή είναι νόμιμη ή παράνομη. Παρότι στην πρώτη περίπτωση ο αριθμός όσων απάντησαν ήταν χαμηλότερος από ό,τι το 2019 (κατά 15 ποσοστιαίες μονάδες), το ποσοστό εκείνων που απάντησαν ότι δεν ενδιαφέρονται αυξήθηκε (κατά 8 ποσοστιαίες μονάδες).

## ΥΛΙΚΑ ΑΓΑΘΑ

Ενώ σχεδόν τα δύο τρίτα (63 %) όσων απάντησαν στην έρευνα του 2022 δήλωσαν ότι θεωρούν αρκετά εύκολο ή πολύ εύκολο το να διακρίνουν τις νόμιμες από τις παράνομες πηγές υλικών αγαθών, περίπου το ένα τρίτο (31 %) συνέχισε να αντιμετωπίζει δυσκολίες σε αυτόν τον τομέα. Τέτοιες δυσκολίες συνέχισαν να αντιμετωπίζουν περισσότερο οι γυναίκες, οι έφηβοι (ηλικίας 15-17 ετών) και τα άτομα με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

---

Λίγο περισσότερο από το ήμισυ (52 %) του συνόλου όσων απάντησαν είχαν αγοράσει τουλάχιστον ένα προϊόν απομίμησης στο διαδίκτυο κατά τους τελευταίους 12 μήνες.

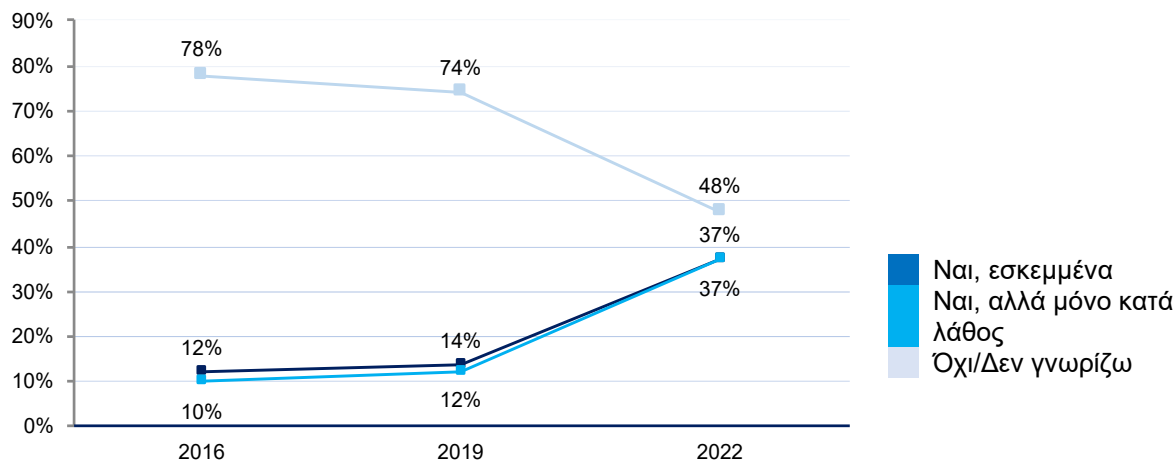
---

Λίγο περισσότερο από το ήμισυ (52 %) του συνόλου όσων απάντησαν είχαν αγοράσει τουλάχιστον ένα προϊόν απομίμησης στο διαδίκτυο κατά τους τελευταίους 12 μήνες. Συνολικά, το 37 % αγόρασαν εσκεμμένα κάποιο προϊόν απομίμησης και το ίδιο ποσοστό έκανε το ίδιο χωρίς να έχει την πρόθεση, ενώ το 48 % δεν είχαν αγοράσει τέτοια προϊόντα ή δεν ήταν βέβαιοι αν είχαν αγοράσει ή όχι (το άθροισμα των αριθμητικών στοιχείων δεν ισούται με 100 %, καθώς οι απαντήσαντες ενδέχεται να αγόρασαν τόσο εσκεμμένα όσο και χωρίς πρόθεση κάποιο προϊόν παραποίησης/απομίμησης σε κάποια χρονική στιγμή κατά τους τελευταίους 12 μήνες) (εικόνα 1.2). Παρότι τα αποτελέσματα της ερώτησης αυτής δεν είναι άμεσα συγκρίσιμα με τα αποτελέσματα των προηγούμενων εκδόσεων της έρευνας, επισημαίνουν μια αξιοσημείωτη αύξηση στις αγορές προϊόντων παραποίησης/απομίμησης μετά το 2019, με το 14 % όσων απάντησαν να δηλώνουν ότι αγόρασαν τα εν λόγω προϊόντα εσκεμμένα και το 12 % να δηλώνουν ότι έπραξαν κάτι τέτοιο χωρίς να έχουν πρόθεση. Η αλλαγή αυτή είναι πιθανόν να αντικατοπτρίζει την ευρέως καταγεγραμμένη αύξηση των διαδικτυακών αγορών κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 (και ενδεχομένως την έλλειψη προϊόντων σε ορισμένα φυσικά καταστήματα), καθώς και τις βελτιώσεις που επήλθαν στην ερώτηση για τον πίνακα αποτελεσμάτων του 2022.

Ενώ στις προηγούμενες εκδόσεις οι απαντήσαντες ρωτήθηκαν απλώς αν είχαν αγοράσει προϊόντα απομίμησης ή όχι, στην έκδοση του 2022 τους δόθηκε κατάλογος 12 συγκεκριμένων κατηγοριών προϊόντων και ρωτήθηκαν αν είχαν αγοράσει ή όχι προϊόντα από καθεμία από αυτές. Ο κατάλογος πιθανόν βοήθησε τους απαντήσαντες να θυμηθούν καλύτερα τις αγορές που πραγματοποίησαν στο παρελθόν, παρέχοντας κατ' αυτόν τον τρόπο έναν ακριβέστερο δείκτη συμπεριφοράς.



Εικόνα 1.2: Εσκεμμένη και μη εσκεμμένη αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης



Η εσκεμμένη αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης κατά τους τελευταίους 12 μήνες αφορούσε περισσότερο τα ενδύματα και τα εξαρτήματα ένδυσης (17 %), ακολουθούμενα από τα υποδήματα (14 %), τις ηλεκτρονικές συσκευές (13 %) και την υγιεινή, τα καλλυντικά, την προσωπική φροντίδα και τα προϊόντα αρωματοποίησης (12 %). Η μη εσκεμμένη αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης αφορούσε περισσότερο τις ίδιες, γενικά, κατηγορίες προϊόντων.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των πινάκων αποτελεσμάτων του 2016 και του 2019, το κόστος παρέμεινε ο βασικός παράγοντας που ενθάρρυνε την εσκεμμένη αγορά υλικών προϊόντων παραποίησης/απομίμησης το 2022. Λίγοι λιγότεροι από τους μισούς (48 %) απαντήσαντες είχαν αγοράσει *εσκεμμένα* προϊόντα παραποίησης/απομίμησης κατά τους τελευταίους 12 μήνες λόγω της οικονομικής προσιτότητας ή της φθηνότερης τιμής τους. Άλλοι παράγοντες που αναφέρθηκαν από τουλάχιστον έναν στους πέντε αγοραστές που πραγματοποίησαν *εσκεμμένα* αγορές προϊόντων παραποίησης/απομίμησης ήταν η στάση αδιαφορίας σχετικά με το αν το προϊόν ήταν απομίμηση (27%), η πεποίθηση ότι δεν υπάρχει διαφορά μεταξύ αυθεντικών προϊόντων και προϊόντων παραποίησης/απομίμησης (24%) και η ευκολία εύρεσης ή παραγγελίας προϊόντων απομίμησης στο διαδίκτυο (18 %). Μετά το 2019 σημειώθηκε αύξηση έξι ποσοστιαίων μονάδων στο ποσοστό που αναφέρει έναν άλλον λόγο —την επιρροή γνωστών.

Σχεδόν το ένα τρίτο των απαντησάντων που είχαν εσκεμμένα αγοράσει προϊόντα παραποίησης/απομίμησης κατά τους τελευταίους 12 μήνες δήλωσαν ότι θα σταματούσαν να κάνουν κάτι τέτοιο αν ήταν διαθέσιμα αυθεντικά προϊόντα που θα ήταν οικονομικά πιο προσιτά (31 %). Το ίδιο ποσοστό δήλωσε ότι θα σταματούσε αν το προϊόν παραποίησης/απομίμησης ήταν κακής ποιότητας (31 %) και περίπου το ένα τέταρτο δήλωσε ότι θα έκανε κάτι τέτοιο αν αντιμετώπιζε απάτη στον κυβερνοχώρο (23 %) ή απειλή στον κυβερνοχώρο (21 %), αν οι συγγενείς/φίλοι (22 %) ή άλλοι (22 %) είχαν κακή εμπειρία με κάποιο προϊόν απομίμησης ή εάν είχαν εμπειρία με κάποιο μη ασφαλές ή επικίνδυνο προϊόν (22 %). Παρόμοιο ποσοστό δήλωσε ότι θα σταματούσε αν κατανοούσε καλύτερα τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον (19 %) ή στην κοινωνία (17 %).

Μεταξύ των απαντησάντων που *δεν ήταν βέβαιοι* αν είχαν αγοράσει προϊόντα παραποίησης/απομίμησης κατά τους τελευταίους 12 μήνες, τρεις στους πέντε (60 %) δήλωσαν

ότι δεν ήταν σε θέση να διακρίνουν τα αυθεντικά προϊόντα από τα προϊόντα παραποίησης/απομίμησης και 39 % δήλωσαν ότι απλώς δεν τους ενδιαφέρει αν κάποιο προϊόν είναι αυθεντικό ή προέρχεται από παραποίηση/απομίμηση.

---

Περίπου το ένα τέταρτο (26 %) όλων όσοι απάντησαν στην έρευνα δήλωσαν ότι δεν γνώριζαν αν είχαν αγοράσει κάποιο προϊόν παραποίησης/απομίμησης κατά τους τελευταίους 12 μήνες. Σε αυτήν την ομάδα, η πλειονότητα (60 %) συνέχισαν να δηλώνουν ότι δεν ήταν σε θέση να διακρίνουν τα αυθεντικά προϊόντα από τα προϊόντα παραποίησης/απομίμησης, ενώ το 39 % δήλωσαν ότι απλώς δεν ενδιαφέρονται αν κάποιο προϊόν είναι αυθεντικό ή προέρχεται από παραποίηση/απομίμηση. Το δεύτερο ποσοστό ήταν κατά 8 ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερο από ό, τι το 2019, γεγονός που μπορεί και πάλι να αποτελεί ένδειξη της αυξανόμενης κοινωνικής αποδοχής της αγοράς προϊόντων παραποίησης/απομίμησης.

## ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

---

Τα μηνύματα σχετικά με την προσωπική ασφάλεια (για παράδειγμα την αποφυγή ιών ηλεκτρονικών υπολογιστών, κακόβουλου λογισμικού και απάτης με πιστωτικές κάρτες) εξακολουθούν να είναι τα πιο πειστικά όσον αφορά το τι μπορεί να αποτρέψει τους νέους τόσο από την πρόσβαση σε περιεχόμενο από παράνομες πηγές όσο και από την αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης. Όσον αφορά ειδικότερα τα προϊόντα παραποίησης/απομίμησης, τα μηνύματα σχετικά με τις αρνητικές κοινωνικές ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις φάνηκαν να έχουν επίσης απήχηση σε ορισμένες ομάδες νέων.

---

Τα μηνύματα που θα ήταν πιθανότερο να κάνουν τους απαντήσαντες να το ξανασκεφτούν προτού χρησιμοποιήσουν, παίξουν, τηλεφορτώσουν ή παρακολουθήσουν σε συνεχή ροή περιεχόμενο από παράνομη πηγή ήταν ο κίνδυνος να μολυνθεί ο υπολογιστής ή η συσκευή τους από ιούς ή κακόβουλο λογισμικό (53 %), ο κίνδυνος κλοπής των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας τους (49 %) ή η πιθανότητα τιμωρίας τους (36 %). Τα μηνύματα που θα ήταν πιθανότερο να αποτρέψουν τους νέους από την αγορά προϊόντων παραποίησης/απομίμησης ήταν, ομοίως, ο κίνδυνος κλοπής των στοιχείων της πιστωτικής τους κάρτας (43 %), ακολουθούμενος από την απουσία εγγυήσεων για τα προϊόντα παραποίησης/απομίμησης (34 %), τον κίνδυνο των ιών ηλεκτρονικών υπολογιστών/κακόβουλου λογισμικού (34 %) και την πιθανότητα αρνητικών επιπτώσεων στην υγεία (31 %). Τα μηνύματα σχετικά με τις αρνητικές κοινωνικές ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις φάνηκαν επίσης να έχουν κάποια απήχηση σε ορισμένες ομάδες των απαντησάντων —ιδίως υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου— (και, πράγματι, συγκαταλέγονταν επίσης στους λόγους που ανέφεραν άλλοι απαντήσαντες για τους οποίους δεν αγόρασαν προϊόντα παραποίησης/απομίμησης).